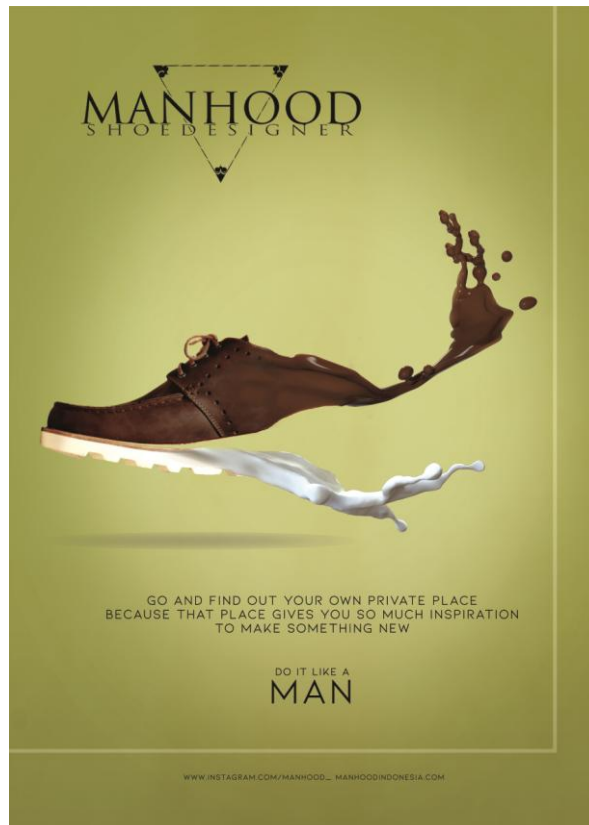


Konsep Desain Iklan Sepatu “MANHOOD SHOEDESIGNER”



Oleh:
Prayanto Widy Harsanto

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

A. Pendahuluan

Pada saat ini iklan merupakan media komunikasi yang sangat penting dan diandalkan bagi produsen untuk barang dan jasa. Karena iklan merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa di pasaran banyak produk-produk yang berhasil karena dipengaruhi oleh kekuatan iklan. Iklan dimanfaatkan produsen untuk menyampaikan informasi dan pesan tertentu kepada masyarakat mengenai produk yang dihasilkan. Informasi tentang produk sangat diperlukan khususnya untuk produk baru. Hal ini dilakukan diharapkan masyarakat mengetahui bahwa ada produk baru.

Demikian halnya beriklan ini juga dilakukan oleh perusahaan/produsen sepatu MANHOOD Shoedesigner agar produknya dapat diketahui oleh masyarakat luas. Diharapkan melalui iklan yang komunikatif dapat memberikan nilai tambah terhadap produk atau merek 'MANHOOD Shoedesigner'. Dengan beriklan ini juga diharapkan dapat digunakan untuk membantu meningkatkan komunikasi produk untuk membantu pemasaran produk.

Perlu diketahui bahwa banyak alasan ketika seseorang menggunakan sepatu, meskipun kita tahu yang utama seseorang menggunakan sepatu bertujuan untuk melindungi kaki dari apapun yang bisa mencederai kaki. Akan tetapi sepatu juga memiliki fungsi dan arti yang berbeda-beda bagi seseorang yang menggunakannya: untuk bergaya, untuk pergi ke sekolah atau pergi kuliah, untuk menunjang pekerjaan/aktivitas, dan lain-lain. Untuk hal tersebut maka dilihat dari bentuk/desain sepatu bermacam-macam, demikian pula bahan dan warna juga bervariasi yang disesuaikan dengan kebutuhan yang bermacam-macam dengan strata sosial budaya yang berbeda pula. Produk sepatu MANHOOD Shoedesigner diposisikan untuk mereka kaum laki-laki yang dinamis, modern, gaya hidup masa kini. Sehingga produk atau merek tersebut dapat dipersepsikan mewah, modern, fleksible, bergayadan bergensi serta ditujukan untuk kelas sosial menengah ke atas. Secara keseluruhannya produk ini dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen jika dibandingkan dengan produk sepatu pesaing.

Desain iklan yang dirancang ini bersifat memperkenalkan merek produk sepatu sekaligus mempersuasi calon konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk dan diharapkan dikemudian hari melakukan pembelian ulang. Hal ini penting dilakukan untuk produk sepatu MANHOOD Shoedesigner sebagai pendatang relatif baru (berdiri sejak 2011) Dengan berusaha untuk meyakinkan akan keunggulan produk terhadap produk pesaing dan di harapkan dapat mengubah persepsi calon konsumen dan diharapkan konsumen pesaing untuk berpindah ke merek MANHOOD Shoedesigner.

Desain iklan yang dirancang ini bertujuan untuk mengenalkan dan memasarkan sebuah produk sepatu MANHOOD Shoedesigner dengan menggunakan sarana internet yang disebut sebagai iklan online. Jasa iklan on line ini merupakan jasa periklanan yang sedang populer saat ini. Selain itu, desain iklan ini juga akan diterapkan untuk iklan cetak.

Pada kesempatan ini, Perancang mengucapkan terimakasih dan apresiasi yang tinggi kepada Perusahaan MANHOOD Shoedesigner Yogyakarta yang telah mengapresiasi hingga terwujudnya perancangan ini. Harapan perancang, semoga desain iklan ini dapat menjadi sarana promosi serta dorongan positif bagi produk sepatu yang diiklankan dan perusahaan.

B. Konsep Perancangan

Yang melandasi perancangan karya ini adalah upaya untuk mewujudkan karya desain iklan yang dinamis, lincah, penuh energy, dan modern. Melalui karya visual ini secara langsung dapat memberikan gambaran atas produk sepatu MANHOOD Shoedesigner yang diiklankan. Capaian dari karya desain iklan ini adalah menciptakan kesan yang mendalam pada benak audiens dalam kurun waktu lama. Isi pesan yang diciptakan menciptakan iklan yang mudah diingat bagi audiens atau target pasar. Maka dibuat konsep yang kuat dengan dukungan unsur verbal dan visual yang menarik yang akan menjadikan iklan diperhatikan, dan iklan MANHOOD Shoedesigner ini mudah diingat.

Untuk mewujudkan karya desain iklan tersebut ada unsur-unsur seni rupa yang akan menghasilkan komposisi desain yang estetik, harmonis, komunikatif dan menyenangkan. Unsur-unsur tersebut seperti penggunaan **garis** yang perlu diperhitungkan secara cermat, tujuannya untuk menyajikan informasi baik verbal

maupun visual, agar dengan mudah dipahami, menarik dan menyenangkan sekaligus mengesankan. Menggunakan *Shape* atau bidang yang sifatnya non geometris agar memberi kesan dinamis. Dalam perancangan iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ini cenderung menggunakan *Blank space* (bidang kosong) yang cukup yang dimaksudkan untuk menambah kenyamanan baca dan menimbulkan gairah membaca juga memberikan kesan nyaman dan “bernapas” dan memberikan tekanan kepada obyek visual yang ada dalam sebuah desain. Selanjutnya penggunaan warna yang memancarkan kesan elegan tapi tegas dan kuat akan memberi kesan dinamis.

Pada rancangan desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ini disusun dengan format yang namanya *Visual Hierarchy* (skala prioritas). Yaitu dengan mengurutkan hal-hal penting untuk ditampilkan lebih utama, baru kemudian yang tidak penting. Tujuannya agar pembaca tahu bagian mana yang harus dibaca atau dilihat terlebih dahulu. Demikian pula dengan peletakan font, warna, bentuk, posisi, dan semuanya yang perlu menjadi bagian mana yang bagian utama dan bagian mana pendukung.

C. Proses Perancangan

a). Tahap Persiapan

Tahap awal merupakan persiapan yang harus dilakukan seperti mencari referensi dengan melakukan kajian sumber terhadap karya-karya desain iklan sepatu yang pernah dibuat dengan cara melihat, membaca, mengamati melalui bahan pustaka secara konvensional maupun di internet/on line. Hal ini diperlukan agar nantinya diperoleh karya rancangan desain iklan yang baik, menarik, komunikatif dan unik, berbeda dengan karya-karya yang pernah ada. Selanjutnya dilakukan studi perancangan dengan menuangkan gagasan/ide dengan cara melakukan corat-coret atau rough layout. Hal ini diperlukan guna menemukan pilihan desain yang tepat yang selanjutnya bisa dijadikan pedoman dalam merancang desain iklan yang sesungguhnya.

b). Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini perancang melakukan pekerjaannya berdasarkan hasil desain terpilih dari sekian alternative yang dilakukan pada rough layout. Berdasarkan desain terpilih dilakukan pemotretan sepatu di studio agar mendapatkan hasil yang optimal. Dalam perancangan desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ilustrasi utama adalah gambar sepatu yang distilisasi dan diimajinasikan seakan terbang-melesat/melayang. Hasil pemotretan sepatu ini yang selanjutnya diolah secara digital imaging dengan cara proses digital dengan komputer, misalnya, retouch, burning, dogging, brightness, kontras, selectif colour, cropping, dan lain sebagainya. Ilustrasi sepatu ini menjadi daya tarik utama/pusat perhatian utama dalam desain iklan ini. Setelah semua persiapan telah dilakukan, termasuk materi-materi yang sifatnya verbal (tipografi/teks) maupun visual (gambar/unsur rupa) telah ditentukan. Maka akan dilakukan perancangan dengan cara menyusun elemen-elemen tersebut dalam format yang telah ditentukan dengan sarana komputer. Hasil akhir dari desain iklan ini bisa dilihat dari kesempurnaan penyajian, baik teknik fotografi, finishing touch (olah digital/komputer), kesatuan antara elemen satu dengan yang lain, maupun ide gagasan yang tercermin pada pesan.

c). Presentasi/Evaluasi

Tahap akhir dari proses perancangan desain sepatu MANHOOD Shoedesigner berbentuk data softcopy dengan format .TIFF (RAW File) Hal ini dilakukan agar perusahaan/klien leluasa ketika akan memproduksi secara massal atau menayangkan, mempublikasikan ke target audiens atas desain ini.

D. Karya Desain Iklan Sepatu MANHOOD

1. Proses /Tahapan Dalam Perancangan



DO IT LIKE A
MAN

GO AND FIND OUT YOUR OWN PRIVATE PLACE
BECAUSE THAT PLACE GIVES YOU SO MUCH INSPIRATION
TO MAKE SOMETHING NEW

Menggunakan Huruf Kiona Font dengan point satuan 9 (9,19, 29, 69)

2. Karya Final



E. Penutup

Iklan merupakan bentuk komunikasi bagi produk sekaligus perusahaan yang sebagai produsen kepada khalayak. Pada saat ini iklan menjadi alat komunikasi yang penting bagi produsen atau perusahaan untuk dapat memperkenalkan produknya agar dapat di kenal oleh masyarakat. Untuk menarik perhatian konsumen maka komunikator (perancang iklan) mencoba melakukan berbagai macam cara dalam beriklan, yaitu melalui media sebagai medium pembawa pesan. Sebagaimana yang dilakukan produsen sepatu MANHOOD Shoedesigner memasang iklan di internet/on line maupun dengan media cetak agar produknya dikenal masyarakat.

Karya desain iklan sebagai salah satu entitas dalam domain seni rupa tidak terlepas dari nilai-nilai dan kaidah estetika. Sebagaimana karya desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner terkandung pula nilai-nilai serta kaidah-kaidah estetika, hal tersebut tercermin dalam lima aspek, yaitu kesatuan (unity), dominasi (emphasis, focal point), proporsi (scale/proportion), keseimbangan (balance), dan irama (rhythm). Masing-masing aspek ini tidak dapat berdiri sendiri tetapi dibangun secara bersama-sama oleh beberapa unsur/elemen seperti garis, bentuk/volume, ukuran, tekstur dan warna. Pada iklan cetak elemen tersebut adalah huruf, ilustrasi, dan warna.

Desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ini dirancang untuk mempromosikan produk sepatu, selain itu juga untuk membangun citra perusahaan di mata publik. Desain iklan adalah merupakan karya visual yang bertujuan untuk menyampaikan pesan promosional dan sekaligus juga sebagai bentuk ekspresi grafis yang bisa mencerminkan identitas suatu perusahaan. Sebagai bentuk visual, desain iklan sepatu ini menampilkan simbol yang mencerminkan *image* yang hendak disampaikan, sementara sebagai suatu ekspresi grafis diharapkan sebuah identitas tercipta dan mempengaruhi citra dan masa depan dari perusahaan tersebut. Desain Iklan sepatu ini yang ingin ditonjolkan adalah kesan dinamis, energik dan elegan

F. Referensi/Kepustakaan

Davis, Harold (2010) *Creative Composition*, Wiley Publishing, Inc, Indianapolis

Forceville, Charles (2002), *Pictorial Metaphore in Advertising*, Routledge, London and New York

Morrisan (2014), *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Kencana Prenadamedia, Jakarta

Wernick, Andrew (1999), *Promotion Culture*, Sage Publication, London



MANHOOD SHOEDESIGNER

Jl. K.H. Muhdi Gang Utara Selokan Mataram No 9
Maguwoharjo, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta,
083867276262

Yogyakarta, 12 Maret 2018

No. : MH/019/02/2018
Hal : Keterangan Keberadaan Karya
Lamp : -

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Borromeus Gilang Swastyakso,S.E.
Jabatan : Direktur

Menerangkan bahwa :

Karya desain iklan sepatu MANHOOD merupakan karya yang dirancang oleh Dr. Drs. Prayanto Widyono Harsanto, MSn. Bentuk karya tersebut berupa desain iklan cetak dan on line yang telah digunakan serta keberadaannya ada di perusahaan kami di Media Online maupun Cetak di perusahaan kami

Demikian surat pernyataan ini agar bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,
Manhood



A large, stylized handwritten signature in blue ink, written over the stamp and extending to the right.

Borromeus Gilang Swastyakso,S.E.
Direktur



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

FAKULTAS SENI RUPA

Jalan Parangtritis Km 6,5 Yogyakarta 55001 Telp. (0274) 381590

**PENILAIAN SEJAWAT HASIL PERANCANGAN DESAIN IKLAN
SEPATU "MANHOOD Shoedesigner"**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Suastiwi, M. Des

NIP : 19590802 198803 2002

Jabatan : Dosen desain dan Dekan Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta

Menyatakan bahwa :

Karya desain iklan sepatu yang bemerek " MANHOOD Shoedesigner" merupakan karya yang dirancang oleh Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn.

Karya tersebut akan digunakan untuk kepentingan promosi di media cetak maupun on line (web site). Sebagai karya iklan dapat dikatakan telah memenuhi syarat sebagai iklan komersial karena pada rancangan tersebut mengandung pesan informasi, komunikasi dan persuasi yang kuat terhadap target audiens. Untuk itu karya rancangan tersebut selain memiliki nilai informatif, komunikatif dan persuasif, sekaligus memiliki nilai desain yang estetik.

Demikian penilaian atas hasil rancangan desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ini agar dapat digunakan sebagaimana mestinya..



Yogyakarta, 28 Mei 2018

Dr. Suastiwi, M.Des

NIP. 19590802 198803 2002

PENILAIAN SEJAWAT HASIL KARYA DESAIN IKLAN SEPATU “MANHOOD Shoedesigner”

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indiria Maharsi, SSn., MSn
NIP : 19720909 200812 1002
Jabatan : Dosen dan Ketua Program Studi DKV ISI Yogyakarta

Menyatakan bahwa :

Rancangan karya desain iklan sepatu “ MANHOOD Shoedesigner” merupakan karya yang dirancang oleh Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn.

Karya tersebut telah memenuhi kriteria sebagai karya desain yang baik, karena karya desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner terkandung nilai-nilai serta kaidah-kaidah estetika desain, yaitu *unity, emphasis, focal point, scale/proportion, balance, dan rhythm*. Desain iklan sepatu ini menampilkan simbol yang mencerminkan *image* yang hendak disampaikan, sementara sebagai suatu karya grafis tercipta sebuah identitas dan mempengaruhi citra dari perusahaan tersebut. Desain Iklan sepatu ini yang ingin ditonjolkan adalah kesan dinamis, energik dan elegan. Untuk itu karya rancangan ini direkomendasikan sebagai karya desain iklan yang memiliki nilai informasi yang komunikatif dan persuasif.

Demikian penilaian atas hasil rancangan desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ini semoga bermanfaat.

Yogyakarta, 9 Juli 2018



Indiria Maharsi, SSn., MSn

NIP. 19720909 200812 1002

Konsep Desain Iklan Sepatu

by Prayanto Widyo

Submission date: 06-Jun-2018 02:32PM (UTC+0700)

Submission ID: 972925456

File name: turnitin_Konsep_Desain_Iklan_Sepatu_MANHOOD.docx (5.8M)

Word count: 1346

Character count: 9004

Konsep Desain Iklan Sepatu “MANHOOD SHOEDESIGNER”

Oleh:
Prayanto Widy Harsanto

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

A. Pendahuluan

Pada saat ini iklan merupakan media komunikasi yang sangat penting dan diandalkan bagi produsen untuk barang dan jasa. Karena iklan merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa di pasaran banyak produk-produk yang berhasil karena dipengaruhi oleh kekuatan iklan. Iklan dimanfaatkan produsen untuk menyampaikan informasi dan pesan tertentu kepada masyarakat mengenai produk yang dihasilkan. Informasi tentang produk sangat diperlukan khususnya untuk produk baru. Hal ini dilakukan diharapkan masyarakat mengetahui bahwa ada produk baru.

Demikian halnya beriklan ini juga dilakukan oleh perusahaan/produsen sepatu MANHOOD Shoedesigner agar produknya dapat diketahui oleh masyarakat luas. Diharapkan melalui iklan yang komunikatif dapat memberikan nilai tambah

terhadap produk atau merek 'MANHOOD Shoedesigner'. Dengan beriklan ini juga diharapkan dapat di gunakan untuk membantu meningkatkan komunikasi produk untuk membantu pemasaran produk.

Perlu diketahui bahwa banyak alasan ketika seseorang menggunakan sepatu, meskipun kita tahu yang utama seseorang menggunakan sepatu bertujuan untuk melindungi kaki dari apapun yang bisa mencederai kaki. Akan tetapi sepatu juga memiliki fungsi dan arti yang berbeda-beda bagi seseorang yang menggunakannya: untuk bergaya, untuk pergi ke sekolah atau pergi kuliah, untuk menunjang pekerjaan/aktivitas, dan lain-lain. Untuk hal tersebut maka dilihat dari bentuk/desain sepatu bermacam-macam, demikian pula bahan dan warna juga bervariasi yang disesuaikan dengan kebutuhan yang bermacam-macam dengan strata sosial budaya yang berbeda pula. Produk sepatu MANHOOD Shoedesigner diposisikan untuk mereka kaum laki-laki yang dinamis, modern, gaya hidup masa kini. sehingga produk atau merek tersebut dapat dipersepsikan mewah, modern, fleksible, bergaya dan bergengsi serta ditujukan untuk kelas sosial menengah ke atas. Secara keseluruhannya produk ini dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen jika di bandingkan dengan produk sepatu pesaing.

Desain iklan yang dirancang ini bersifat memperkenalkan merek produk sepatu sekaligus mempersuasi calon konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk dan diharapkan dikemudian hari melakukan pembelian ulang. Hal ini penting dilakukan untuk produk sepatu MANHOOD Shoedesigner sebagai pendatang relatif baru (berdiri sejak 2011) Dengan berusaha untuk meyakinkan akan keunggulan produk terhadap produk pesaing dan di harapkan dapat mengubah persepsi calon konsumen dan diharapkan konsumen pesaing untuk berpindah ke merek MANHOOD Shoedesigner.

Desain iklan yang dirancang ini bertujuan untuk mengenalkan dan memasarkan sebuah produk sepatu MANHOOD Shoedesigner dengan menggunakan sarana internet yang disebut sebagai iklan online. Jasa iklan on line ini merupakan jasa periklanan yang sedang populer saat ini. Selain itu, desain iklan ini juga akan diterapkan untuk iklan cetak.

Pada kesempatan ini, Perancang mengucapkan terimakasih dan apresiasi yang tinggi kepada Perusahaan MANHOOD Shoedesigner Yogyakarta yang telah mengapresiasi hingga terwujudnya perancangan ini. Harapan perancang, semoga

desain iklan ini dapat menjadi sarana promosi serta dorongan positif bagi produk sepatu yang diiklankan dan perusahaan.

B. Konsep Perancangan

Yang melandasi perancangan karya ini adalah upaya untuk mewujudkan karya desain iklan yang dinamis, lincah, penuh energy, dan modern. Melalui karya visual ini secara langsung dapat memberikan gambaran atas produk sepatu MANHOOD Shoedesigner yang diiklankan. Capaian dari karya desain iklan ini adalah menciptakan kesan yang mendalam pada benak audiens dalam kurun waktu lama. Isi pesan yang diciptakan menciptakan iklan yang mudah diingat bagi audiens atau target pasar. Maka dibuat konsep yang kuat dengan dukungan unsur verbal dan visual yang menarik yang akan menjadikan iklan diperhatikan, dan iklan MANHOOD Shoedesigner ini mudah diingat.

Untuk mewujudkan karya desain iklan tersebut ada unsur-unsur seni rupa yang akan menghasilkan komposisi desain yang estetik, harmonis, komunikatif dan menyenangkan. Unsur-unsur tersebut seperti penggunaan garis yang perlu diperhitungkan secara cermat, tujuannya untuk menyajikan informasi baik verbal maupun visual, agar dengan mudah dipahami, menarik dan menyenangkan sekaligus mengesankan. Menggunakan *Shape* atau bidang yang sifatnya non geometris agar memberi kesan dinamis. Dalam perancangan iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ini cenderung menggunakan *Blank space* (bidang kosong) yang cukup yang dimaksudkan untuk menambah kenyamanan baca dan menimbulkan gairah membaca juga memberikan kesan nyaman dan “bernapas” dan memberikan tekanan kepada obyek visual yang ada dalam sebuah desain. Selanjutnya penggunaan warna yang memancarkan kesan elegan tapi tegas dan kuat akan memberi kesan dinamis.

Pada rancangan desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ini disusun dengan format yang namanya *Visual Hierarchy* (skala prioritas). Yaitu dengan mengurutkan hal-hal penting untuk ditampilkan lebih utama, baru kemudian yang tidak penting. Tujuannya agar pembaca tahu bagian mana yang harus dibaca atau dilihat terlebih dahulu. Demikian pula dengan peletakan font, warna, bentuk, posisi, dan semuanya yang perlu menjadi bagian mana yang bagian utama dan bagian mana pendukung.

C. Proses Perancangan

a). Tahap Persiapan

Tahap awal merupakan persiapan yang harus dilakukan seperti mencari referensi dengan melakukan kajian sumber terhadap karya-karya desain iklan sepatu yang pernah dibuat dengan cara melihat, membaca, mengamati melalui bahan pustaka secara konvensional maupun di internet/online. Hal ini diperlukan agar nantinya diperoleh karya rancangan desain iklan yang baik, menarik, komunikatif dan unik, berbeda dengan karya-karya yang pernah ada. Selanjutnya dilakukan studi perancangan dengan menuangkan gagasan/ide dengan cara melakukan corat-corek atau rough layout. Hal ini diperlukan guna menemukan pilihan desain yang tepat yang selanjutnya bisa dijadikan pedoman dalam merancang desain iklan yang sesungguhnya.

b). Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini perancang melakukan pekerjaannya berdasarkan hasil desain terpilih dari sekian alternatif yang dilakukan pada rough layout. Berdasarkan desain terpilih dilakukan pemotretan sepatu di studio agar mendapatkan hasil yang optimal. Dalam perancangan desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ilustrasi utama adalah gambar sepatu yang distilisasi dan diimajinasikan seakan terbang-melesat/melayang. Hasil pemotretan sepatu ini yang selanjutnya diolah secara digital imaging dengan cara proses digital dengan komputer, misalnya, retouch, burning, dogging, brightness, kontras, selectif colour, cropping, dan lain sebagainya. Ilustrasi sepatu ini menjadi daya tarik utama/pusat perhatian utama dalam desain iklan ini. Setelah semua persiapan telah dilakukan, termasuk materi-materi yang sifatnya verbal (tipografi/teks) maupun visual (gambar/unsur rupa) telah ditentukan. Maka akan dilakukan perancangan dengan cara menyusun elemen-elemen tersebut dalam format yang telah ditentukan dengan sarana komputer. Hasil akhir dari desain iklan ini bisa dilihat dari kesempurnaan penyajian, baik teknik fotografi, finishing touch (olah digital/komputer),

kesatuan antara elemen satu dengan yang lain, maupun ide gagasan yang tercermin pada pesan.

c). Presentasi/Evaluasi

Tahap akhir dari proses perancangan desain sepatu MANHOOD Shoedesigner berbentuk data softcopy dengan format .TIFF (RAW File) Hal ini dilakukan agar perusahaan/klien leluasa ketika akan memproduksi secara massal atau menayangkan , mempublikasikan ke target audiens atas desain ini.

D. Karya Desain Iklan Sepatu MANHOOD

1. Proses /Tahapan Dalam Perancangan



Menggunakan Huruf Kiona Font dengan point satuan 9 (9,19, 29, 69)

2. Karya Final

E. Penutup

Iklan merupakan bentuk komunikasi bagi produk sekaligus perusahaan yang sebagai produsen kepada khalayak. Pada saat ini iklan menjadi alat komunikasi yang penting bagi produsen atau perusahaan untuk dapat memperkenalkan produknya agar dapat di kenal oleh masyarakat. Untuk menarik perhatian konsumen maka komunikator (perancang iklan) mencoba melakukan berbagai macam cara dalam beriklan, yaitu melalui media sebagai medium pembawa pesan. Sebagaimana yang dilakukan produsen sepatu MANHOOD Shoedesigner memasang iklan di internet/on line maupun dengan media cetak agar produknya dikenal masyarakat.

Karya desain iklan sebagai salah satu entitas dalam domain seni rupa tidak terlepas dari nilai-nilai dan kaidah estetika. Sebagaimana karya desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner terkandung pula nilai-nilai serta kaidah-kaidah estetika, hal tersebut tercermin dalam lima aspek, yaitu kesatuan (unity), dominasi (emphasis, focal point), proporsi (scale/proportion), keseimbangan (balance), dan irama (rhythm). Masing-masing aspek ini tidak dapat berdiri sendiri tetapi dibangun secara bersama-sama oleh beberapa unsur/eleman seperti garis, bentuk/volume, ukuran, tekstur dan warna. Pada iklan cetak elemen tersebut adalah huruf, ilustrasi, dan warna.

Desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ini dirancang untuk mempromosikan produk sepatu, selain itu juga untuk membangun citra perusahaan di mata publik. Desain iklan adalah merupakan karya visual yang bertujuan untuk menyampaikan pesan promosional dan sekaligus juga sebagai bentuk ekspresi grafis yang bisa mencerminkan identitas suatu perusahaan. Sebagai bentuk visual, desain iklan sepatu ini menampilkan simbol yang mencerminkan *image* yang hendak disampaikan, sementara sebagai suatu ekspresi grafis diharapkan sebuah identitas tercipta dan mempengaruhi citra dan masa depan dari perusahaan tersebut. Desain Iklan sepatu ini yang ingin ditonjolkan adalah kesan dinamis, energik dan elegan

F. Referensi/Kepustakaan

Davis, Harold (2010) *Creative Composition*, Wiley Publishing, Inc, Indianapolis

Forceville, Charles (2002), *Pictorial Metaphore in Advertising*, Routledge, London and New York

Morrisan (2014), *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Kencana Prenadamedia, Jakarta

Wernick, Andrew (1999), *Promotion Culture*, Sage Publication, London

Konsep Desain Iklan Sepatu

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[viral.id](#)

Internet Source

7%

2

[trianamartyasari.blogspot.com](#)

Internet Source

7%

3

[puslit2.petra.ac.id](#)

Internet Source

4%

4

[dokumen.tips](#)

Internet Source

1%

5

[mmaey.blogspot.com](#)

Internet Source

1%

6

[iklankotaonline.com](#)

Internet Source

1%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 8 words

Exclude bibliography

On

Konsep Desain Iklan Sepatu

by Prayanto Widyo

Submission date: 06-Jun-2018 02:32PM (UTC+0700)

Submission ID: 972925456

File name: turnitin_Konsep_Desain_Iklan_Sepatu_MANHOOD.docx (5.8M)

Word count: 1346

Character count: 9004

¹ **Konsep Desain Iklan Sepatu “MANHOOD SHOEDESIGNER”**

Oleh:
Prayanto Widy Harsanto

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

A. Pendahuluan

Pada saat ini iklan merupakan media komunikasi yang sangat penting dan diandalkan bagi produsen untuk barang dan jasa. Karena iklan merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa di pasaran banyak produk-produk yang berhasil karena dipengaruhi oleh kekuatan iklan. Iklan dimanfaatkan produsen untuk menyampaikan informasi dan pesan tertentu kepada masyarakat mengenai produk yang dihasilkan. Informasi tentang produk sangat diperlukan khususnya untuk produk baru. Hal ini dilakukan diharapkan masyarakat mengetahui bahwa ada produk baru.

Demikian halnya beriklan ini juga dilakukan oleh perusahaan/produsen sepatu MANHOOD Shoedesigner agar produknya dapat diketahui oleh masyarakat luas. Diharapkan melalui iklan yang komunikatif dapat memberikan nilai tambah

terhadap produk atau merek 'MANHOOD Shoedesigner'. Dengan beriklan ini juga diharapkan dapat di gunakan untuk membantu meningkatkan komunikasi produk untuk membantu pemasaran produk.

Perlu diketahui bahwa banyak alasan ketika seseorang menggunakan sepatu, meskipun kita tahu yang utama seseorang menggunakan sepatu bertujuan untuk melindungi kaki dari apapun yang bisa mencederai kaki. Akan tetapi sepatu juga memiliki fungsi dan arti yang berbeda-beda bagi seseorang yang menggunakannya: untuk bergaya, untuk pergi ke sekolah atau pergi kuliah, untuk menunjang pekerjaan/aktivitas, dan lain-lain. Untuk hal tersebut maka dilihat dari bentuk/desain sepatu bermacam-macam, demikian pula bahan dan warna juga bervariasi yang disesuaikan dengan kebutuhan yang bermacam-macam dengan strata sosial budaya yang berbeda pula. Produk sepatu MANHOOD Shoedesigner diposisikan untuk mereka kaum laki-laki yang dinamis, modern, gaya hidup masa kini, sehingga produk atau merek tersebut dapat dipersepsikan mewah, modern, fleksible, bergaya dan bergensi serta ditujukan untuk kelas sosial menengah ke atas. Secara keseluruhannya produk ini dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen jika di bandingkan dengan produk sepatu pesaing.

Desain iklan yang dirancang ini bersifat memperkenalkan merek produk sepatu sekaligus mempersuasi calon konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk dan diharapkan dikemudian hari melakukan pembelian ulang. Hal ini penting dilakukan untuk produk sepatu MANHOOD Shoedesigner sebagai pendatang relatif baru (berdiri sejak 2011) Dengan berusaha untuk meyakinkan akan keunggulan produk terhadap produk pesaing dan di harapkan dapat mengubah persepsi calon konsumen dan diharapkan konsumen pesaing untuk berpindah ke merek MANHOOD Shoedesigner.

Desain iklan yang dirancang ini bertujuan untuk mengenalkan dan memasarkan sebuah produk sepatu MANHOOD Shoedesigner dengan menggunakan sarana internet yang disebut sebagai iklan online. Jasa iklan on line ini merupakan jasa periklanan yang sedang populer saat ini. Selain itu, desain iklan ini juga akan diterapkan untuk iklan cetak.

Pada kesempatan ini, Perancang mengucapkan terimakasih dan apresiasi yang tinggi kepada Perusahaan MANHOOD Shoedesigner Yogyakarta yang telah mengapresiasi hingga terwujudnya perancangan ini. Harapan perancang, semoga

desain iklan ini dapat menjadi sarana promosi serta dorongan positif bagi produk sepatu yang diiklankan dan perusahaan.

B. Konsep Perancangan

Yang melandasi perancangan karya ini adalah upaya untuk mewujudkan karya desain iklan yang dinamis, lincah, penuh energy, dan modern. Melalui karya visual ini secara langsung dapat memberikan gambaran atas produk sepatu MANHOOD Shoedesigner yang diiklankan. Capaian dari karya desain iklan ini adalah menciptakan kesan yang mendalam pada benak audiens dalam kurun waktu lama. Isi pesan yang diciptakan menciptakan iklan yang mudah diingat bagi audiens atau target pasar. Maka dibuat konsep yang kuat dengan dukungan unsur verbal dan visual yang menarik yang akan menjadikan iklan diperhatikan, dan iklan MANHOOD Shoedesigner ini mudah diingat.

Untuk mewujudkan karya desain iklan tersebut ada unsur-unsur seni rupa yang akan menghasilkan komposisi desain yang estetik, harmonis, komunikatif dan menyenangkan. Unsur-unsur tersebut seperti penggunaan garis yang perlu diperhitungkan secara cermat, tujuannya untuk menyajikan informasi baik verbal maupun visual, agar dengan mudah dipahami, menarik dan menyenangkan sekaligus mengesankan. Menggunakan *Shape* atau bidang yang sifatnya non geometris agar memberi kesan dinamis. Dalam perancangan iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ini cenderung menggunakan *Blank space* (bidang kosong) yang cukup yang dimaksudkan untuk menambah kenyamanan baca dan menimbulkan gairah membaca juga memberikan kesan nyaman dan “bernapas” dan memberikan tekanan kepada obyek visual yang ada dalam sebuah desain. Selanjutnya penggunaan warna yang memancarkan kesan elegan tapi tegas dan kuat akan memberi kesan dinamis.

Pada rancangan desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ini disusun dengan format yang namanya *Visual Hierarchy* (skala prioritas). Yaitu dengan mengurutkan hal-hal penting untuk ditampilkan lebih utama, baru kemudian yang tidak penting. Tujuannya agar pembaca tahu bagian mana yang harus dibaca atau dilihat terlebih dahulu. Demikian pula dengan peletakan font, warna, bentuk, posisi, dan semuanya yang perlu menjadi bagian mana yang bagian utama dan bagian mana pendukung.

C. Proses Perancangan

a). Tahap Persiapan

Tahap awal merupakan persiapan yang harus dilakukan seperti mencari referensi dengan melakukan kajian sumber terhadap karya-karya desain iklan sepatu yang pernah dibuat dengan cara melihat, membaca, mengamati melalui bahan pustaka secara konvensional maupun di internet/online. Hal ini diperlukan agar nantinya diperoleh karya rancangan desain iklan yang baik, menarik, komunikatif dan unik, berbeda dengan karya-karya yang pernah ada. Selanjutnya dilakukan studi perancangan dengan menuangkan gagasan/ide dengan cara melakukan corat-coret atau rough layout. Hal ini diperlukan guna menemukan pilihan desain yang tepat yang selanjutnya bisa dijadikan pedoman dalam merancang desain iklan yang sesungguhnya.

b). Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini perancang melakukan pekerjaannya berdasarkan hasil desain terpilih dari sekian alternatif yang dilakukan pada rough layout. Berdasarkan desain terpilih dilakukan pemotretan sepatu di studio agar mendapatkan hasil yang optimal. Dalam perancangan desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ilustrasi utama adalah gambar sepatu yang distilisasi dan diimajinasikan seakan terbang-melesat/melayang. Hasil pemotretan sepatu ini yang selanjutnya diolah secara digital imaging dengan cara proses digital dengan komputer, misalnya, retouch, burning, dogging, brightness, kontras, selectif colour, cropping, dan lain sebagainya. Ilustrasi sepatu ini menjadi daya tarik utama/pusat perhatian utama dalam desain iklan ini. Setelah semua persiapan telah dilakukan, termasuk materi-materi yang sifatnya verbal (tipografi/teks) maupun visual (gambar/unsur rupa) telah ditentukan. Maka akan dilakukan perancangan dengan cara menyusun elemen-elemen tersebut dalam format yang telah ditentukan dengan sarana komputer. Hasil akhir dari desain iklan ini bisa dilihat dari kesempurnaan penyajian, baik teknik fotografi, finishing touch (olah digital/komputer),

kesatuan antara elemen satu dengan yang lain, maupun ide gagasan yang tercermin pada pesan.

c). Presentasi/Evaluasi

Tahap akhir dari proses perancangan desain sepatu MANHOOD Shoedesigner berbentuk data softcopy dengan format .TIFF (RAW File) Hal ini dilakukan agar perusahaan/klien leluasa ketika akan memproduksi secara massal atau menayangkan , mempublikasikan ke target audiens atas desain ini.

D. Karya Desain Iklan Sepatu MANHOOD

1. Proses /Tahapan Dalam Perancangan

DO IT LIKE A
MAN
GO AND FIND OUT YOUR OWN PRIVATE PLACE
BECAUSE THAT PLACE GIVES YOU SO MUCH INSPIRATION
TO MAKE SOMETHING NEW

Menggunakan Huruf Kiona Font dengan point satuan 9 (9,19, 29, 69)

2. Karya Final

E. Penutup

Iklan merupakan bentuk komunikasi bagi produk sekaligus perusahaan yang sebagai produsen kepada khalayak. Pada saat ini iklan menjadi alat komunikasi yang penting bagi produsen atau perusahaan untuk dapat memperkenalkan produknya agar dapat di kenal oleh masyarakat. Untuk menarik perhatian konsumen maka komunikator (perancang iklan) mencoba melakukan berbagai macam cara dalam beriklan, yaitu melalui media sebagai medium pembawa pesan. Sebagaimana yang dilakukan produsen sepatu MANHOOD Shoedesigner memasang iklan di internet/on line maupun dengan media cetak agar produknya dikenal masyarakat.

Karya desain iklan sebagai salah satu entitas dalam domain seni rupa tidak terlepas dari nilai-nilai dan kaidah estetika. Sebagaimana karya desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner terkandung pula nilai-nilai serta kaidah-kaidah estetika, hal tersebut tercermin dalam lima aspek, yaitu kesatuan (unity), dominasi (emphasis, focal point), proporsi (scale/proportion), keseimbangan (balance), dan irama (rhythm). Masing-masing aspek ini tidak dapat berdiri sendiri tetapi dibangun secara bersama-sama oleh beberapa unsur/elemen seperti garis, bentuk/volume, ukuran, tekstur dan warna. Pada iklan cetak elemen tersebut adalah huruf, ilustrasi, dan warna.

Desain iklan sepatu MANHOOD Shoedesigner ini dirancang untuk mempromosikan produk sepatu, selain itu juga untuk membangun citra perusahaan di mata publik. Desain iklan adalah merupakan karya visual yang bertujuan untuk menyampaikan pesan promosional dan sekaligus juga sebagai bentuk ekspresi grafis yang bisa mencerminkan identitas suatu perusahaan. Sebagai bentuk visual, desain iklan sepatu ini menampilkan simbol yang mencerminkan *image* yang hendak disampaikan, sementara sebagai suatu ekspresi grafis diharapkan sebuah identitas tercipta dan mempengaruhi citra dan masa depan dari perusahaan tersebut. Desain Iklan sepatu ini yang ingin ditonjolkan adalah kesan dinamis, energik dan elegan

F. Referensi/Kepustakaan

Davis, Harold (2010) *Creative Composition*, Wiley Publishing, Inc, Indianapolis

Forceville, Charles (2002), *Pictorial Metaphore in Advertising*, Routledge, London and New York

Morrison (2014), *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Kencana Prenadamedia, Jakarta

Wernick, Andrew (1999), *Promotion Culture*, Sage Publication, London

Konsep Desain Iklan Sepatu

ORIGINALITY REPORT

99%

SIMILARITY INDEX

99%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

digilib.isi.ac.id

Internet Source

99%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 8 words

Exclude bibliography

On